

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KECAMATAN PERBAUNGAN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN

Ady Syahputra
Haroni Doli Hamoraon

ABSTRACT

Perbaungan is one of sub-district in the regency of Serdang Bedagai. Major population of Perbaungan is Muslim. Which is 104.979 people or 92,50% from the whole number in the sub-district, it is 113.490 people. This research is limited to Muslim's perception, the purpose of this research is to know how the perception of people in Perbaungan about the food in packaging. And to know how the label halal of that food effect.

In addition, the object of the research is the society, especially Muslim in Perbaungan who are consist of various professions. The data of this research is the primary data which is collected by the questionnaire which is given to the respondents. The sample is 60 respondents with Non probability sampling. The research is the descriptive analysis. That is researcher has to do the tabulation of data by using likert's scale.

The result shows that Halal label product is well known for the people of Perbaungan. And the other result is labeling halal logo can be significant impact for the people's buying decision.

Keyword : perception, perbaungan's people, and halal labeling.

PENDAHULUAN

Sekarang ini jumlah Umat muslim sangat besar dan tersebar di seluruh dunia. Indonesia adalah negara yang memiliki jumlah Umat Islam yang terbesar dari pada negara-negara lain di dunia. Indonesia menjadi Negara yang penduduknya menganut agama islam terbesar di dunia, bahkan jauh di atas Negara – Negara arab seperti : Arab Saudi,Iran, Irak dll

Populasi yang demikian besar dari Umat Islam di Indonesia, menjadi pasar yang demikian potensial untuk dimasuki oleh para produsen makanan. Hal ini tentu akan menjadi fenomena yang patut diperhatikan oleh para pemasar di Indonesia dalam rangka meningkatkan penjualan produk mereka.

Dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bukan cuma halal, tetapi juga thayyib (baik). Para ulama menafsirkan thayyib sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan. Allah berfirman: “Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan, karena sesungguhnya syaithan adalah musuh yang nyata bagimu.” (surat al baqarah ayat:168).

Khusus di Indonesia, Pemerintah melalui lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh Umat Islam di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label

halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh Umat Islam, untuk itu para produsen makanan berlomba untuk melakukan inovasi baru melalui kemasan yang baru dan unik atau pun melalui rasa dari makanan tersebut. Yaitu menggunakan ayam dan sapi akan sangat riskan terhadap risiko ketidakhalalan produk, terkait dengan proses penyembelihan hewan tersebut serta zat-zat lain yang dapat menyebabkan produknya menjadi tidak halal.

Penduduk Kecamatan Perbaungan yang terletak di Kabupaten Serdang Bedagai mayoritas penduduknya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim yang menjadi konsumen produk tersebut. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu akan dilakukan penelitian dengan menjadikan penduduk di Kecamatan Perbaungan sebagai studied population,

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan bisa meliputi barang fisik (tangible) atau meliputi barang jasa (intangible) yang dapat memuaskan konsumennya (Tjiptono, 2006:95).

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapabilitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, label, pelayanan dan jaminan. (Tjiptono, 2006:96).

Perilaku Konsumen

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim didasarkan pada beberapa asumsi sebagaimana dikemukakan oleh Monzer Kahf, yaitu :

1. Islam merupakan suatu agama yang diterapkan di tengah masyarakat.
2. Zakat hukumnya wajib.
3. Tidak ada riba dalam masyarakat.
4. Prinsip mudharabah diterapkan dalam aktivitas bisnis.
5. Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan kepuasan. (sarwono, 2009)

Dalam perilaku konsumsi, seorang Muslim harus memperhatikan prinsip moral konsumsi, yaitu :

Keadilan

1. Kebersihan
2. Kesederhanaan
3. Kemurahan hati
4. Moralitas. (sarwono, 2009)

Selain itu Islam juga mengajarkan umatnya agar berperilaku konsumsi secara sederhana (moderation). Dalam perspektif ekonomi dapat diartikan bahwa dalam berkonsumsi harus senantiasa memperhatikan kemampuan daya beli agar tidak mengalami defisit anggaran. Perilaku konsumtif akan mendorong munculnya budaya materialistik, hedonistik dan pragmatik yang menyebabkan masyarakat tidak lagi memperhitungkan kondisi lingkungan dan daya dukung sumber daya alam bagi kepentingan generasi berikutnya. (sarwono, 2009)

Perilaku konsumsi dalam Islam juga mengajarkan kita bersikap murah hati dengan mempertimbangkan kondisi lingkungannya. Munculnya kesenangan di tengah masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan hidup akan menimbulkan kecemburuan yang dapat menjadi sumber konflik. Di samping sikap kesederhanaan juga perlu dikembangkan sikap melihat dan memperhatikan kondisi kehidupan masyarakat di sekitarnya. Nabi menekankan dalam suatu hadist bahwa tidak dikatakan seseorang itu beriman manakala ada tetangganya kelaparan sementara dia dalam keadaan kekenyangan. (sarwono, 2009)

Berbeda dengan konvensional, perilaku konsumen dijelaskan seperti berikut, Setiap individu memiliki perilaku yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan mereka. untuk melakukannya mereka dapat menempuh berbagai usaha, sebagaimana di jelaskan Schiffman dan Kanuk (1997:6) : "The behavior that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas which they expect to satisfy their needs" ("Perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam pencariannya untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk, jasa dan ide yang mereka kira dapat memenuhi kebutuhan mereka").

Pendapat lain. perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan pertukaran dalam hidup mereka. (Setiadi, 2003:3)

Dengan kata lain, perilaku konsumen itu meliputi, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk, jasa dan ide dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka, Karenanya pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku belanja dan pembelian pelanggan sasaran mereka.

Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Ada 3 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Faktor-faktor tersebut adalah :

a. Pengaruh Lingkungan.

Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks dimana keputusan mereka dipengaruhi oleh 1. Budaya, 2. Kelas Sosial, 3. Pengaruh Pribadi, 4. Keluarga, dan 5. Situasi.

b. Perbedaan dan Pengaruh Individual

Konsumen juga dipengaruhi faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku mereka. Faktor internal ini sangat mungkin berbeda antar individu sehingga akan menghasilkan keputusan dan perilaku yang berbeda pula. Faktor-faktor tersebut adalah 1. Sumber daya konsumen, 2. motivasi dan Keterlibatan, 3. Pengetahuan, 4. Sikap, dan, 5. Kepribadian, gaya hidup, dan demografi.

c. Proses Psikologis.

Proses psikologis dari konsumen akan membawa mereka pada proses berikut yaitu pengolahan Informasi, pembelajaran dan, perubahan Sikap/Perilaku, yang kesemuanya akan memberikan dampak pada penentuan keputusan mereka. (Engel, Kotler 2008: 159)

Selain itu Menurut Kotler (2008:179) untuk sampai kepada keputusan pembelian konsumen akan melewati 5 tahap yaitu :

a. Problem Recognition

Merupakan tahap dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnyadengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal seperti lapar dan haus yang bila mencapai titik tertentu akan menjadi sebuah dorongan dan rangsangan eksternal. Misalnya ketika melewati toko kue yang merangsang rasa laparnya.

b. Information Search

Setelah tergerak oleh stimuli konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya. Konsumen memperoleh info dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan), komersial (iklan, tenaga penjual, perantara, kemasan), publik (media massa, organisasi pembuat peringkat), dan sumber pengalaman (pengkajian, pemakaian produk)

c. Alternative Evaluation

Merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang dingiinkan dengan yang bisa diberiakn oleh pilihan produk yang tersedia.

d. Purchase Decision.

Merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uanga atau janji untuk mebayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.

e. Post-purchase Behavior

Merupakan tahapan dimana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidak-puasan terhadap pilihan yang diambilnya.

Labelisasi Halal

labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) itu sendiri adalah wadah atau majelis yang menghimpun para ulama, zuama dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal, 7 Rajab 1395 H, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, yang salah satu tugasnya yaitu pemberi fatwa (mufti) / memberikan label halal terhadap setiap produk yang di produksi di Indonesia maupun barang impor dari luar negeri. (www.mui.or.id)

Dari penjelasan di atas tentang proses labelisasi halal tersebut dapat di tarik kesimpulan, yaitu Label Halal merupakan suatu apresiasi yang diberikan kepada produk – produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut ajaran agama Islam, perusahaan yang telah mencantumkan label halal di kemasan produk mereka berarti telah melakukan dan melewati proses penlabelisian halal yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat di Kecamatan Perbaungan

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya akan menganalisis dan menginterpretasi tentang arti dari data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat. (Nazir, 1998: 51).

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner yaitu dengan cara membuat daftar pertanyaan untuk diisi oleh para responden.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat 3 metode analisis, yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan uji realibilitas, penjelasan dari masing-masing metode tersebut adalah sebagai berikut:

Analisis Diskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode analisis dengan cara mengumpulkan data, menganalisis serta menginterpretasikannya sehingga menghasilkan kesimpulan mengenai penelitian yang dilakukan,

Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh dimana skor/ nilai/ ukuran yang diperoleh benar-benar menghasilkan pengukuran/ pengamatan yang ingin diukur (agung, 1990). Validitas pada umumnya dipermasalahkan berkaitan dengan hasil pengukuran psikologis atau non fisik.

Uji Reliabilitas

Merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat di andalkan (Singarimbun, 1989). Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relative konsisten dari waktu ke waktu.

Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Dalam penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan metode Alpha Cronbach dengan menggunakan program SPSS versi 20.0

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penduduk Kecamatan Perbaungan yang terletak di Kabupaten Serdang Bedagai mayoritas penduduknya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim yang menjadi konsumen produk tersebut. Sehingga dalam penelitian ini, penduduk di Kecamatan Perbaungan di jadikan sebagai studied population. Dibawah ini akan di jelaskan jumlah populasi serta jumlah dan jenis usaha yang di jalankan oleh masyarakat di kecamatan Perbaungan.

Pada tabel 1 akan menunjukkan luas wilayah, jumlah penduduk, serta tingkat kepadatan penduduk di Kecamatan Perbaungan.

Tabel 1.1
Luas wilayah, jumlah penduduk, serta tingkat kepadatan penduduk

No	Desa/kecamatan	Luas wilayah (km ²)	Jumlah penduduk (jiwa)	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)
1	Adolina	16,740	1.109	66,25
2	Melati II	11,800	13.270	1.124,58
3	Tanjung Buluh	7,390	414	56,02
4	Sei Buluh	1,230	3.311	2.691,87
5	Sei Sijenggi	2,710	4.835	1.784,13
6	Deli Muda Hulu	3,770	950	251,99
7	Melati I	1,170	1.494	1.276,92
8	Citaman Jernih	1,620	7.380	4.555,56
9	Batang Terap	1,970	4.749	2.410,66
10	Simpang Tiga Pekan	1,780	12.738	7.156,18
11	Kota Galuh	3,000	3.324	1.108,00
12	Tualang	5,040	7.830	1.553,57
13	Bengkel	1,370	4.343	3.170,07
14	Deli Muda Hilir	4,630	1.033	223,11
15	Tanah Merah	3,390	2.958	872,57
16	Lubuk Bayas	4,810	3.180	661,12
17	Sungai Naga Lawan	5,580	2.739	490,86
18	Lubuk Rotan	3,640	2.291	629,40
19	Kesatuan	3,320	2.193	660,54
20	Lidah Tanah	4,600	3.715	807,61
21	Pematang Tatal	1,890	1.754	928,04
22	Lubuk Dendang	1,760	1.426	810,23
23	Suka Beras	3,260	2.739	840,18
24	Cinta Air	3,520	1.367	388,35
25	Pematang Sijonam	4,710	4.031	855,84
26	Lubuk Cemara	2,500	1.242	496,80
27	Jambur Pulau	2,470	3.893	1.576,11
28	Suka Jadi	1,950	3.706	1.900,51
	Jumlah	111,620	104.014	931,86

Sumber : Kantor Camat Perbaungan (Penduduk Keadaan Akhir Desember 2010)

Dari tabel 1 yang 1 yang di atas, dijelaskan luas wilayah, jumlah penduduk, serta tingkat kepadatan di wilayah kecamatan Perbaungan, dari sini dapat di peroleh informasi bahwa desa Adolina memiliki wilayah yang paling luas di kecamatan Perbaungan dengan luas wilayah 16.740 km², sedangkan desa melati I merupakan desa yang paling sempit dengan luas wilayah sebesar 1.170 km², sedangkan dari jumlah penduduk, desa melati II merupakan desa dengan jumlah penduduk terbanyak di kecamatan Perbaungan dengan jumlah penduduk sebanyak

13.270 jiwa, sedangkan jumlah penduduk yang paling sedikit ada di desa tanjung buluh yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 414 jiwa, sedangkan kalau di tinjau dari tingkat kepadatan penduduknya, kelurahan simpang tiga pekan lah yang merupakan wilayah terpadat di kecamatan perbaungan dengan rasio 7.156,18 jiwa / km² sedangkan desa tanjung buluh merupakan wilayah yang paling rendah tingkat kepadatannya, yaitu 56,02 jiwa / km²

Sedangkan dalam tabel 2 akan menunjukkan jumlah penduduk yang beragama islam di Kecamatan Perbaungan.

Tabel 1.2
Jumlah penduduk beragama Islam

No	Desa/kelurahan	Jumlah penduduk muslim
1	Adolina	993
2	Melati II	13.129
3	Tanjung Buluh	411
4	Sei Buluh	2.879
5	Sei Sijenggi	4.801
6	Deli Muda Hulu	857
7	Melati 1	1.397
8	Citaman Jernih	6.629
9	Batang Terap	3.865
10	Simpang Tiga Pekan	9.065
11	Kota Galuh	2.542
12	Tualang	7.806
13	Bengkel	4.275
14	Deli Muda Hilir	979
15	Tanah Merah	2.948
16	Lubuk Bayas	3.151
17	Sei Naga Lawan	2.446
18	Lubuk Rotan	2.232
19	Kesatuan	2.186
20	Lidah Tanah	3.710
21	Pematang Tatal	1.754
22	Lubuk Dendang	1.426
23	Suka Beras	2.728
24	Cinta Air	1.337
25	Pematang Sijonam	3.772
26	Lubuk Cemara	1.242
27	Jambur Pulau	3.619
28	Suka Jadi	3.706
	Jumlah	95.885

Sumber : Kantor Camat Perbaungan, Tahun 2010

Dari tabel 2 diatas, dijelaskan tentang jumlah penduduk yang beragama islam di desa / kelurahan yang ada di kecamatan Perbaungan, dari tabel ini di peroleh bahwa desa melati II merupakan desa yang memiliki penduduk yang beragama islam yang paling banyak, yaitu sebanyak 13.129 jiwa, sedangkan desa tanjung buluh merupakan desa yang berpenduduk islam yang paling sedikit dengan jumlah penduduk sebesar 411 jiwa.

Selain itu dalam tabel 3 akan menunjukkan jumlah penduduk di Kecamatan Perbaungan berdasarkan pekerjaannya, sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jenis pekerjaan

No	Desa/kelurahan	PNS	P/A	K	W	J	T	N	B	DLL
1	Adolina	14	0	178	121	2	4	0	64	356
2	Melati II	71	9	797	937	647	1.598	0	2.059	2.085
3	Tanjung Buluh	5	0	83	87	6	4	0	48	5
4	Sei Buluh	30	6	495	586	378	85	10	225	645
5	Sei Sijenggi	20	4	464	850	126	64	0	468	617
6	Deli Muda Hulu	1	0	115	3	0	2	0	18	177
7	Melati I	5	2	46	206	48	32	0	141	222
8	Citaman Jernih	178	13	217	1.223	46	46	0	165	2.890
9	Batang Terap	36	2	531	307	66	75	0	94	441
10	Simpang III Pkn	216	5	1.527	1.715	1.289	12	0	1.510	987
11	Kota Galuh	56	23	386	1.123	57	107	0	102	195
12	Tualang	43	22	187	322	24	848	0	798	5.664
13	Bengkel	72	9	97	239	47	164	0	51	757
14	Deli Muda Hilir	3	4	199	36	2	15	0	217	95
15	Tanah Merah	8	0	60	111	0	450	1	59	524
16	Lubuk Bayas	5	0	168	137	11	224	18	61	169
17	Sei Naga Lawan	6	0	152	149	48	320	136	176	574
18	Lubuk Rotan	4	3	25	305	12	598	7	602	726
19	Kesatuan	11	1	132	271	38	511	29	327	871
20	Lidah Tanah	21	3	95	178	52	1.073	5	525	547
21	Pematang Tatal	10	1	64	136	31	284	2	187	96
22	Lubuk Dendang	6	0	20	17	8	74	0	144	104
23	Suka Beras	3	1	22	38	24	98	0	132	165
24	Cinta Air	2	1	17	105	115	382	0	51	545
25	P. Sijonam	33	5	67	2.001	81	331	0	220	47
26	Lubuk Cemara	5	1	35	106	29	325	0	98	43
27	Jambur Pulau	23	7	57	247	87	187	6	438	1.455
28	Suka jadi	20	4	83	343	153	529	0	339	492
	Jumlah	907	126	6.319	11.899	3.427	8.442	214	9.319	21.474

*keterangan : PNS = Pegawai negeri sipil, P/A = polisi/ABRI, K = Karyawan, W = wiraswasta, J = Jasa, T = Tani, N = Nelayan, B = Buruh, Dll = Dan lain-lain.

Sumber : kantor kecamatan perbaungan, Tahun 2010

Sebagian besar penduduk muslim di kecamatan perbaungan biasanya belanja atau mengkonsumsi makanan dalam kemasan, hal ini dikarenakan banyaknya toko-toko yang menjual jenis makanan tersebut. Dari data yang diperoleh sementara, beberapa penduduk yakin makanan tersebut halal tanpa melihat kemasan, karena bahan makanan tersebut terbuat dari kentang, ubi, dll yang terkesan jauh dari bahan-bahan yang mengandung zat yang haram, namun ada juga penduduk yang berbeda pendapat, mereka dengan tegas memilih makanan yang akan mereka konsumsi haruslah memiliki label halal, walaupun bahan tersebut terbuat dari bahan-bahan seperti kentang, ubi, dll, menurut mereka halal atau haramnya suatu makanan bukan hanya dari bahannya saja, tapi banyak aspek lagi seperti kebersihan, dll, mereka berpendapat bahwa sangatlah penting logo halal itu terdapat dalam kemasan makanan tersebut, dengan adanya perbedaan pendapat akan halal atau haramnya suatu makanan membuat saya sebagai penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan masyarakat kecamatan perbaungan dalam pembelian produk makanan dalam kemasan.”

Uji validitas dan realibilitas

a. Pengujian Variabel Persepsi

Sebelum dilakukan pengolahan data, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan realibitas sebagai berikut :

Tabel 1.4
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4

Dari tabel diatas, diperoleh bahwa nilai cronbach's alpha (0,675) > 0,60, dengan demikian data dikatakan reliabel.

b. Pengujian Variabel minat beli

Sebelum dilakukan pengolahan data, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reabilitas sebagai berikut :

Tabel 1.5
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

Dari tabel diatas, diperoleh bahwa nilai cronbach's alpha (0,641) > 0,60, dengan demikian data dikatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

A. Penilaian Terhadap Persepsi

Tabel 1.6
Jawaban Responden Terhadap Persepsi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
1	Dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa pembuatan makanan tersebut halal.	61,67	25,00	10,00	3,33	0,00	100,00
2	Dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa makanan tersebut tidak berpengaruh buruk pada konsumen.	35,00	40,00	15,00	10,00	0,00	100,00
3	Dengan tidak adanya mengandung unsur babi dalam makanan tersebut, maka makanan tersebut halal.	10,00	48,33	41,67	0,00	0,00	100,00
4	Tanpa adanya logo halal, konsumen muslim percaya makanan tersebut boleh dimakan karena dibuat oleh muslim.	13,33	23,33	23,33	33,33	6,67	100,00

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan penilaian terhadap persepsi, dapat diketahui bahwa pada uraian pertama responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, maka proses pembuatan makanan tersebut halal sebesar 61,67%, dan sebesar 25% menyatakan setuju. Sedangkan yang menyatakan netral (ragu-ragu) sebesar 10%, dan sisanya sebesar 3,33% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di kecamatan perbaungan percaya akan lembaga LPPOM-MUI dalam pengawasan terhadap produk makanan.

Pada uraian kedua, dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan adanya label halal dari LPPOM-MUI, maka produk makanan tersebut tidak berpengaruh buruk terhadap konsumen sebesar 35%, dan 40% setuju, sedangkan 15% menyatakan netral (ragu-ragu), dan sisanya sebesar 10% menyatakan tidak setuju.

Kemudian pada uraian ketiga, responden sangat setuju dan setuju bahwa dengan tidak adanya unsur babi dalam makanan tersebut, maka makanan tersebut halal sebesar 10%, dan 48,33% sedangkan sisanya sebesar 41,67% menyatakan netral (ragu-ragu).

Selanjutnya pada uraian keempat, menjelaskan responden yang menyatakan sangat setuju bahwa walaupun tidak ada logo halal, konsumen muslim tetap percaya makanan tersebut halal karena dibuat oleh orang muslim sebesar 13,33%, dan sebesar 23,33% setuju, sedangkan yang menyatakan netral (ragu-ragu) sebesar 23,33%, 33,33% menyatakan tidak setuju, dan sisanya sebesar 6,67% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari uraian terhadap persepsi, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berasal dari kecamatan perbaungan telah cerdas dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi, apakah itu halal atau tidak. Maka persepsi masyarakat mengenai produk halal memuaskan.

b. Penilaian Terhadap Minat Beli

Tabel 1.7
Jawaban Responden Terhadap Minat Beli

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
1	Pencantuman label halal terhadap makanan kemasan tersebut membuat saya memutuskan untuk membeli.	31,66	61,66	6,66	0,00	0,00	100,00
2	Saya percaya sertifikat halal dari MUI itu di tujukan untuk setiap jenis makanan bukan sekedar dari merek nya saja.	20,00	55,00	18,33	6,67	0,00	100,00
3	Saya membeli makanan kemasan berikut karena memiliki label halal.	25,00	53,33	21,67	0,00	0,00	100,00
4	Sebagai seorang muslim, saya mengkonsumsi produk makanan yang berlabel halal.	70,00	28,33	1,67	0,00	0,00	100,00
5	Kualitas dari label halal yang tertera dalam kemasan produk tersebut, mempengaruhi saya untuk membelinya.	28,33	48,33	23,33	0,00	0,00	100,00

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan penilaian terhadap minat beli, dapat diketahui bahwa uraian pertama responden sangat setuju dan setuju bahwa pencantuman label halal terhadap kemasan makanan menjadi salah satu faktor untuk memutuskan membeli sebesar 31,66% dan 61,66%. Sedangkan sisanya sebesar 6,66% menyatakan netral (ragu-ragu).

Pada uraian kedua, dapat diketahui responden sangat setuju bahwa sertifikat yang dikeluarkan LPPOM-MUI ditujukan untuk setiap jenis produk sebesar 20%, dan 55% menyatakan setuju, sedangkan 18,33 menyatakan netral (ragu-ragu), dan sisanya sebesar 6,67 menyatakan tidak setuju.

Kemudian pada uraian ketiga, dapat diketahui responden yang sangat setuju dan setuju bahwa konsumen memutuskan membeli sebuah produk karena memiliki label halal sebesar 25% dan 53,33%, sedangkan sisanya sebesar 21,67% responden menyatakan netral (ragu-ragu).

Selanjutnya pada uraian keempat, dapat diketahui responden yang sangat setuju bahwa sebagai seorang muslim, harus mengkonsumsi produk makanan yang berlabel halal sebesar 70%, dan setuju sebesar 28,33% sedangkan sisanya sebesar 1,67% dari responden menyatakan netral (ragu-ragu).

Sedangkan pada uraian kelima, dapat diketahui responden yang sangat setuju bahwa salah satu faktor konsumen untuk membeli adalah kualitas dari label halal yang tertera sebesar

28,33%, dan yang setuju sebesar 48,33%, sedangkan sisanya responden yang menyatakan netral (ragu-ragu) sebesar 23,33 %.

Berdasarkan pada penilaian terhadap minat beli, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen di kecamatan perbaungan setuju kalau dengan adanya label halal yang tertera di dalam kemasan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian – uraian dari hasil analisis yang telah ditemukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peran MUI (majelis ulama Indonesia) dalam pengawasan dan sosialisasi terhadap produk makanan kepada masyarakat di Kecamatan Perbaungan cukup memuaskan.
2. Dengan ada tercantumnya label halal dalam kemasan produk makanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli.
3. Dari hasil analisis deskriptif yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari para responden akan pernyataan yang ditujukan kepada mereka sangat memuaskan, hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan terhadap produk makanan berlabel halal cukup tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M.B, dan Deli, T. 1997. Kamus Bahasa Indonesia. Citra Umbara.bandung
- Engel, James F. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi keenam. Jilid 1.Binarupa Aksara: Jakarta
- Kotler, Philip. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid Erlangga:Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana : Jakarta
- Supriadi, Yayat. 2005. Pengaruh Kebijakan Labelisasi Halal Terhadap Hasil Penjualan Produk Industri Makanan dan Dampaknya Pada Ketahanan Perusahaan. Skripsi. Departemen Manajemen. Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2007. Metodologi penelitian Bisnis. Alfabeta:Bandung
- Stanton, J. William, 1996, Prinsip Pemasaran, Edisi ke tujuh. Jilid 1Erlangga:Jakarta
- Wibisono, M. Agung. 2007. Hubungan Antara persepsi Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal Makanan Kaleng Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Muslim Di Surabaya. Skripsi. Departemen Manajemen. Universitas Airlangga. Surabaya.
- www.halalmui.org. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan & kosmetika, Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Diakses tgl 13 April 2013 pukul 19.00 WIB.
- <http://dalila-re.blogspot.com/2012/03/badan-yang-berwenang-mengeluarkan-label.html> (26 mei.2013).
- Rambe, Yuli Mutiah, 2012. Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan), <http://repository.usu.ac.id/> (23 mei 2013).